

农户电商创业行为研究:文献回顾与进路展望

黄建新

(福建农林大学 公共管理与法学院, 福建 福州 350002)

摘要: 从制度情景、市场驱动、个体选择方面探析农户电商创业行为发生机理。对电商创业减贫效应与不同电商农户创业行为的异质性进行阐释,指出空间资源异质性以及知识异质性造成农户创业的差异。从体制机制、组织形式、风险感知等维度评析低度嵌入互联网的农户电商发展问题,并从个体、市场与社会因素剖析电商创业行为发展影响因素。指出农户电商创业行为研究需要在可持续性上不断深化,拓展研究视角、创新研究方法、深化机制研究,接续推进农户电商创业可持续发展关键在于建立良性的政策传导机制、有效的资源链接机制、联动的多元参与机制,健康的价值引导机制。

关键词: 电商农户; 创业行为; 异质性; 可持续发展; 社会机制

中图分类号: F124.7

文献标志码: A

文章编号: 1671-0398(2024)02-0067-11

习近平总书记指出:“实施乡村振兴战略,要顺应农民新期盼,立足国情农情,以产业兴旺为重点。”^[1]中国农村社会已经步入网络化时代,农户运用互联网信息技术平台的电商创业活动促进了一二三产业融合,并与现代农业发展有机衔接,成为乡村产业兴旺的新路径,也引起了学者们的关注。社会学注重农户电商创业行为发生的机制,注重创业行为发生和发展中个体行为者与其所处的创业环境如何互动互构的过程,以及政府、市场和社会动态均衡的形成过程和机制的研究。鉴于此,本文以综合性、整体性视角对农户电商创业行为的相关文献进行梳理和研究,在把握社会结构中农户电商创业行为生成的社会条件、不同结构条件的电商农户创业行为的异质性,以及反思电商创业行为发展困境及其转型发展长效机制的基础上,系统性构建农户电商可持续创业行为研究的整个脉络;同时,通过理解和解释这一逻辑,进一步探索拓展农户电商可持续创业研究视角、创新研究方法、塑造核心机制的研究进路,也从而确立农户电商可持续创业行为的机制化实现进路。

一、农户电商创业行为发生机理的研究

农户电商创业行为不仅是特定社会经济环境中的一种经济行为,更是一种社会行为。农户电商创业行为动机和决策选择是个体与社会交互作用的结果。有关农户电商创业行为的内在逻辑与形成机理研究,主要从制度情境、市场驱动、个体选择三个维度建立分析框架。

(一) 制度情境视角

农户电商创业行为发生与社会制度情境模式塑造相关,这被学界所认同。2015年,国家启动

收稿日期: 2023-10-30

基金项目: 福建省社会科学基地重大项目资助(FJ2021MJDZ023); 国家社会科学基金一般项目资助(22BSH063)

作者简介: 黄建新(1968—),男,福建农林大学公共管理与法学院副教授,硕士生导师。

电商扶贫试点以来,从中央到地方相继出台各种政策支持农村电商发展,旨在为创业者提供便利、减少创业障碍,由政策持续推动产生的信息红利提供了创业实践场所和空间。农户选择采用当下新兴的电商经营模式是政策、市场双重驱动的结果。李培林认为,现代化过程中农户从传统行为向现代行为的转换,传统农民大规模减少和转变为现代农业经营者的过程,通过农村电商经营活动增加农产品的附加值,体现出电商政策应用对农户创业的促进效应^[2]。刘金海认为,政策或体制的改变,农户也会迅速改变自己的利益,变化中的农民正全面地、经常地融入市场经济体制中,农户生产和经营行为越来越受到外部市场影响^[3]。张诚等从经济转型中的政府作用这一视角,阐述了政府推进策略有利于农村电商与农村物流之间的积极合作,扩大投资、减免税收等扶持政策能够促进两者的共同发展^[4]。例如,武汉大学国家发展战略智库课题组以湖北省“枝江模式”为例,分析了电商创业与政府的作用,认为有为政府和有效市场的组合发力促成了电商创业活跃,推动电商产业蓬勃发展^[5]。我们应该看到国家出台的电商政策通过不断调整,电商创业制度框架和政策体系基本形成,一系列政策保障了农村电商的发展,为农户电商创业带来了难得的、不可错过的机遇。然而,脱贫攻坚期间超常规性的政策支持难以推动那些脱贫的中西部农村电商持续发展。尤其作为欠发达地区电商产业聚集效应弱,国家出台的过渡性、衔接性政策,应精准介入到电商创业的整个环节。欠发达地区农村电商发展的各项规划任务都应从长计议,既能关顾到不少农户电商发展遇到一些具体问题,又能着眼于欠发达地区电商总体发展中的不平衡、不充分困境,综合考量农村电商基础设施不完善、农村公共服务水平落后、农村电商人才短板。本文认为,要注重国家与地方政策的衔接、过渡和补空,避免顾此失彼,形成更持续有效的农村电商发展产业体系、市场体系和人才体系。

(二) 市场驱动视角

在市场发育程度和电商产业分布的研究上,梅燕等从农村市场竞争引起的电商产业空间分布角度进行阐述,梳理了乡土地域环境催生的电商发展空间分布格局、发展阶段的阶梯特征,认识到各区域资源禀赋的天然约束,揭示了适宜的市场环境下农村电商不同阶段产业集聚与区域经济协同发展机制^[6]。邱泽奇认为,全面的产业格局和专业化的分工协作在市场中诞生、迭代,以及淘宝村发展对乡村社会秩序格局行塑的影响^[7]。也有学者分析了部分区域出现的淘宝村、淘宝镇、农村电商产业园区等典型的商业聚集现象,认识到同一个村庄、乡镇或园区聚集了大量从事电商的个体创业者或企业,这些电商从业者淘宝等电商平台上提供的商品或服务往往聚集在一个或几个相同或相近的产业内,也诠释了对淘宝村形成的决定因素^[8]。正是市场“看不见的手”自发地进行配置和调节作用,农户创业选择渠道也增多。显然,在完全自由的市场经济下,淘宝企业在经济发达区域、产业相对成熟的农村聚集,结果是形成农户密集创业效应,同时也引起了过度的市场竞争,带来了产业的同质化现象。市场经济中的不发达区域的农户个体很难获得有利的市场资源,致使创业举步维艰。要依靠全面深化农村市场改革,需要完善农村网络市场资源链接机制,促进农业与互联网、物联网融合,增强农村电商发展内生活力,激活农户电商创业发展动力。

(三) 个体选择视角

在个体选择方面,一些学者从农户个体知识资源和外部资源获取角度进行了阐述,认为个体如何整合利用内外资源对其创业选择以及效果产生不可忽视的影响。从农户个体知识与技能来看,刘亚军等认为,农村电商通过知识溢出和技术溢出减少居民信息不对称问题,也改变了农民在利益链中的角色,激发了农民利用电商自主创业的积极性^[9]。张舰等认为,去中心化和去中介化的互联网优势,使农户能够及时、准确搜集大量网络信息发现创业商机,进一步验证了互联网信息的获得对促进农户创业行动意义^[10]。芮正云等认为,互联网嵌入对农村创业者创新性、均衡性机会开发具有显著的正向影响,农户知识关联的加强有助于其突破现有资源基础与认知边界,利用更多的

创业资源要素^[11]。根据农户创业行为的变化分析,聂召英等认识到农民网商与电商市场接触过程中形成的思维方式和行动逻辑惯性内化为指导农民网商行为准则^[12]。万倩雯等基于农村电商创业的个案分析认为,农户通过互联网络建立的有效信息交流渠道,有助于提高农民决策效率,互联网使用为农户创业提供了信息参考^[13]。

从创业外部资源来看,周浪分析了电商资本嵌入乡村社会的过程与机制,论证了在市场实践中创业农户拥有的家庭禀赋、社会网络、网络环境等成为形塑自身的市场主体性地位的重要因素^[14]。周应恒等认为,淘宝村具有差异化的形成机制,而以邻里交流、电商平台、先锋模范作用、操作技术等要素是电商创业集聚的关键动力^[15]。刘滨等研究表明,农户电商合作行为选择受到农户家庭劳动力与亲友的信任程度的影响最大^[16]。值得关注的是,一些学者关注电商创业与经营的模仿、创新。邱泽奇等认为,电商繁荣都源自村民之间,熟人社会为模仿和创新提供社会正当性^[17]。本文认为,作为社会行动者的农户个体在社会结构中起了基础性作用,从创业认知塑造、创业意向形成到创业模式选择,这些讨论诠释了农户创业的经济行为、决策行为与社会选择行为,论证了传统意义上“强资本-弱农户”的关系格局的变革。

总体看来,学术界对于农户电商创业行为的生成逻辑进行了较为系统的研究,呈现了政府、市场和个体选择在创业行为生成中的密不可分,肯定了电商政策、市场驱动、个体资源在农户电商创业中的作用机理,诠释了现代市场经济条件下政府角色的不可替代性和创业个体有限理性。这为认识不同农户电商创业行为的异质性、发展困境及其影响因素提供了参照。但是,电商发展环境下欠发达地区农户电商创业行为生成的社会基础研究还比较脆弱,基于系统性的角度,必须从制度、资源、技术层面深化农户电商创业生成机制的研究,合理引导农户参与电商创业,在此基础上,进一步增强其发展的可持续性。

二、电商减贫与农户电商创业行为异质性的研究

农村电商减贫成为共识,农户通过互联网使用达到减贫最终形成自我发展能力,促进电商创业行为,提高创业绩效。互联网作为撬动我国数字乡村的重要杠杆,其渗透使农户的创业行为、增收方式出现了新变化。涉农电商增加农民创业渠道、提高农户收入水平成为实现脱贫重要手段,这已得到学界普遍认可。而互联网信息时代的个体适应性差异与地区数字鸿沟一定程度上阻碍了部分农户运用新技术持续创业的可能。尽管学术界对于不同农户电商创业行为的异质性的解读上有一定的争论,但是在核心观点上还是比较一致的。

(一) 电商创业减贫效应

对于电商嵌入的叠加效应,一些学者从电商创业的减贫机理等方面研究给出了解释。

一是电商嵌入赋能农户创业,为扩大农户创业总量和提高创业质量提供了平台。农户借助互联网搜寻技术和市场资源,扩大了创业选择范围,“互联网+农户电商”带动了农村家庭创业,推动了农户脱贫。聚焦在认知、认可程度较高的领域创业,拓展了农户发展空间、增强了农户创业发展韧性。作为减贫的重要方式,电商促成的社会创新将会帮助潜在的创业者识别创业机会^[18],进入市场后降低创业风险^[19]、与互联网相关的固定成本降低^[20]。聂凤英等认为,“涉农电商”是精准扶贫的有效手段,在提高农户能力、促进农民创业就业和增收节支方面有重要作用与巨大潜力^[21]。汪向东从贫困主体的获得感来审视电商创业,认为贫困主体的获得感来源于农产品以及服务的上行,上行过程中农户小生产与大市场的矛盾是电商所能解决的根本难题,也是电商减贫长效机制的核心基础^[22]。电商平台经济的发展为农户创业空间增长带来巨大的潜力,电商平台经济也成为欠发达地区电商持续创业发展的助推器。

二是电商效应诱发了贫困地区农村弯道超车。有研究认为,农村电商产业集聚效应能够提升当地经济协作的集体效率,通过特定的资源为重点的合作行动,农村电商带来的社会创新已经成为发展中国家减贫的方式^[23]。学者们从电商嵌入倒逼农业产业转型升级和优化产业链条角度审视农村电商效应,认为适应电子商务这种新的范式,农村电商能够促进其采纳主体扩大市场份额^[24]、市场开发^[25]和发掘潜在客户^[26]。这同时也是农户电商成功创业的重要因素。电子商务帮助农村地区克服地理上的不利条件,使他们成为更大的市场领域中更有效的参与者^[27]。有研究基于对中国两个偏远村庄的深入案例研究,说明了电商如何增强边缘农村农户经济发展的能力,从而形成一个有助于自我发展的农村电商创业生态系统^[28]。电商的区域减贫机理也得到证实,然而电商经济转型发展必然需要考虑区域网络空间的低度嵌入与深度融入问题。

(二)不同电商农户创业行为的异质性

创业行为的生成会遇到创业资源、创业者资质等关键要素的制约,这就决定了不同农户电商创业行为的异质性特征。

一是从空间资源异质性解释农户创业的差异性。基于互联网可获得条件,朱富强分析了互联网经济具有的产业集中化和产品主流化两大基本特征,先占者具有明显的先入优势,由此也带来收入差距拉大问题^[29]。鲁钊阳等研究了农产品电商发展带来的区域创业效应,认识到东中西部不同地区之间创业效应存在的差异^[30]。这些研究反映出区域电商创业效应的差距,电子商务让欠发达地区、农村、贫困阶层受益较少也得到进一步验证。在互联网资本框架下,邱泽奇等对红利差异和影响红利差异的机制进行考察认为,信息与通信技术的发展导致发达地区与欠发达地区、城市与农村,以及贫富群体之间的数字鸿沟^[31]。郝大海等引入多层次回归模型,发现地区因素和个体因素对于数字鸿沟的影响^[32]。王迪等基于移动互联网与时空重塑的分析,注意到不同区域移动互联网的使用与社会分化,认为移动互联网加剧了社会群体结构的两极分化^[33]。区域创业资源异质性、资源获取的差异会影响创业绩效和竞争优势的塑造,必然要求重视电商发展的区域差异,以及如何因地制宜、分类施策缩小地区之间和城乡间的差距。

二是从知识异质性解析农户创业的差异性。由于地理和制度隔离,相对于城镇居民,农村居民在信息的获取与市场能力方面一直处于劣势低位,信息获取渠道的匮乏^[34]、市场能力方面不足^[35]。曾亿武等通过江苏沭阳农户的调查认识到互联网接入可及性的差异,认为并不是所有农户都有能力参与电商创业,先前创业经历和先前培训经历促进农户采纳电子商务,社会资本直接促进农户采纳电子商务^[36]。即使处于同一区域,农户之间也存在个体知识、技能差异。从知识差距视角分析,较高和较低的受教育程度在使用互联网方面存在的差距,信息沟通技术对受教育程度和收入水平高的富裕阶层有利,并造成高低收入人群的差距^[37]。信息技术的使用需要使用者有一定的受教育程度,而相对落后地区的居民使用信息技术的能力较差^[38]。魏后凯研究指出影响农村互联网普及的主要原因是使用技能缺乏、文化程度有限以及收入水平较低^[39]。崔丽丽等从社会资本有关因素的分析认为,邻里和社交示范、网商协会组织等因素能促进淘宝村商户网络销售业绩增长^[40]。农户个体的知识水平、网络技术掌控能力、创新利用社会资本与农村电商创业绩效间的作用机理得到了验证。虽然互联网使用对那些较低人力资本、物质资本和社会资本的农户群体产生了积极影响,但从事电商创业主体以文化层次较高的年轻人为主,而欠发达地区农村留守农户文化程度相对较低、新技术学习能力不足,要整体激发农户自我发展能力,促成想电商创业、能电商创业的内生动力,要进一步减少异质性。

本文通过异质性视角的分析,检验了空间异质性、个体禀赋的异质性对创业效应的作用机理。尽可能地减少异质性是城乡之间、区域之间协同发展的共同任务。我国一些欠发达地区在消除数字鸿沟方面取得了非常瞩目的成就,形成了扶持电商创业的一整套经验。同时,不同样态的创业类

型如何导致农户电商创业行为的可持续性差异,以及异质性视角下组织机制、市场机制、风险防范策略等有待于进一步验证。

三、农户电商创业行为发展及影响因素的研究

电商作为一种新兴创业形态,在农村嵌入性发展过程中面临和农村市场经济、农村社会运行逻辑难以有机协调的困境。农户电商创业面临体制机制、组织形式、不确定风险等多重挤压,因而电商创业转型发展以及实践机制问题也受到了学者的重点关注。

(一) 农户电商创业行为发展问题

农村电商对产业链提出了更高要求,倒逼电商创业产业升级和实现创业价值链。聂召英等从体制机制层面阐述,认为在生存之忧和发展之惑的双重压力下缺乏横向联结机制的分散化小农户经营难以形成聚合力,处于被边缘化和被隐性排斥的小农户退出电商市场的场域和农村资源流失的现象,是农村电商体系持续变动和重组的结果,农户电商创业行为尚未结构化且持续演化发展^[41]。柳思维等从组织形式层面阐述,指出农民的组织合作尚未普及,认为大多数自主创业的电商单打独斗,未形成合作、互助机制^[42]。路征等基于个案比较研究指出农民网商的微观特征及农村电商转型出现趋于断裂问题,认为农民网商经营上体现出家庭化、规模小、策略简单等特征,以及本地同业竞争激烈、物流成本高、融资渠道和营销策略单一、政策普惠性低等问题影响到农民网商群体的可持续发展^[43]。还有学者从风险感知与创业模仿角度阐释农户电商创业的“羊群效应”。刘杰等认为,由于不确定性和风险的存在,农民主体往往以周围行为榜样作为自己的行动参考^[44]。简单复制的创业模式引起的创业风险进一步得到检视。张鸣峰等认为,电商创业的爆发式增长,网店销售农产品的利润率下降,价格竞争激烈,不少电商农户的积极性和信心受到打击^[45]。吕丹从整体层面阐释了电商创业的同质竞争、电商产业单一化现象,分析了电商发展过程中对成功模式的简单移植的“红海效应”,认为创业模式的简单复制导致的电商发展瓶颈只能造成创业失败^[46]。

学者们鉴于农村电商在发展的动力、发展的要素、发展的条件等重要方面发生的转折性变化,针对农户电商创业如何转型、持续发展展开讨论。崔凯等认为,基层实践和政府推动相结合的农村电商发展动力,通过一整套社会机制的功能展开,能够确保农户创业的自动和自发生成^[47]。邱泽奇等从动力机制角度关注电商创业发展,认为乡村振兴战略为数字技术红利普惠提供了制度保障,并给出结构转型、技术赋能、需求与环境压力等多种理论解释^[48]。总之,适应农户电商创业转型发展的需求,面对体制机制不健全、产业发展软肋、应对风险能力弱等持续发展动力不足难题,从本质上来说,聚焦农村电商转型发展面临的政策桎梏,更应强化体系支撑,应有更精准的政策扶持以及长效机制的建立。

(二) 农户电商创业行为发展的影响因素

电商创业行为发展不是封闭的,而是受自身和外在等多种因素的影响。有学者通过分析创业者特殊禀赋,知识、经验、价值观念等对创业行为持续发展的影响,认为持续创业的实现不能忽视自身知识、经验、价值观念等特殊禀赋与已有资源进行整合和嵌入^[49]。创业者个体的创新精神以及价值观等因素是影响持续创业的关键变量,为了应对不确定的外部环境,创业者需要充分利用网络内部的社会资本,借助持续的制度和 cultural 创新激发创业潜力^[50]。同样,外在的市场与社会因素影响电商创业发展的角度同样受到关注。邵占鹏研究认为,在农村电商场域中,受制于电商平台游戏规则和资本的逻辑物质资本匮乏,“水涨船高”的网络营销费用和差异化经营需要的双重压力下小农户可能会丧失电商创业的信心^[51]。另外,农产品上行困难导致农户电商创业的可持续问题。如赵大伟等认为,农产品上行普遍存在设施弱、渠道少、环节多、成本高、损耗大、效益低等问题^[52]。

这些研究反映了电商农户互联网利用水平层次较低,难以持续发展的困境,需要农村电商服务体系持续变动和重组,由此映射出可持续创业的实践可能以及电商转型发展的应然路径。

总体来说,学术界在农户电商创业行为发展问题、影响因素研究方面的成果较为集中,多从个体、市场与社会的关系维度进行研究。农户电商创业发展受多种因素影响,面临如何接续推进机制的构建问题。从创业行为生成、异质性,到可持续发展的观察角度的转换,需要面对农村电商体系持续变动,政府如何规制引导、组织资源如何整合、农户参与主体如何体现、价值引导机制如何形塑的现实问题。

四、农户电商可持续创业行为研究的进路展望

目前,学界在农户电商创业研究领域取得了阶段性的成果,但是相关研究在一定程度上仍然滞后于电商创业实践的需要,难于促成“在外东奔西跑,不如回家淘宝”这一现象,如何推动电商可持续创业在促进乡村产业振兴上的大有可为,留下了一些未尽议题和有待深入拓展的空间和方向。本文认为,基于既有研究来审视农户电商创业行为的具体过程和机制,亟待构建具有前瞻性的支撑保障机制,应建立更有效的政策传导机制、资源链接、多元参与机制,为农户电商可持续创业的社会机制研判与延伸研究提供了一种可以借鉴的方案选择。

(一) 深化农户电商可持续创业行为的研究进路

1. 拓展农户电商创业行为可持续性的研究视角

一方面,从乡村振兴视角进行研究拓展。王晓毅等认为,乡村振兴的基础是小农户现代化,现代化的信息传输有利于小农户迅速接收到新的信息而实现与现代农业的衔接^[53]。互联网作为重要的社会因素,其应用在资源信息获取、机会识别方面有着巨大优势,并与传统的创业模式存在差距。互联网改变了人们的互动方式,“互联网+农户电商”为今后农户创业提供了全新的领域,已经成为乡村产业振兴的重要推动力。在数字乡村目标下构建农户电商创业行为发展的制度框架是今后国家制定发展战略的主要方向。已有对农户电商创业的研究大多关注减贫效应这一维度,研究视角有待更进一步从电商创业扶贫转向乡村振兴。通过对农户电商创业行为具体维度的呈现、行为方式与特征诊断,深入阐释农户电商可持续创业与全面乡村振兴的耦合机制问题及作用路径,对不同电商创业方式的差异进行对比分析,为农户电商创业尤其是为欠发达地区农户电商创业行为的生成机制、评价体系以及机制优化等问题的研究提供实践基础。另一方面,从社会学视角揭示农户电商创业行为发展中存在的结构性问题,可推动形成完整的、系统的农户创业行为理论研究体系。基于农村特定地域,以农户为主体的电商创业行为持续发展,涉及政策、资金、人才、基础设施,必须强有力的自上而下的国家制度保障,以及自下而上的市场需求和推动,这需要运用社会学的理论与方法进行学理挖掘。通过综合可持续发展、可行能力、创业生态理论,建立“行为机理-机制评价-响应政策”的研究框架,阐释农户电商可持续创业行为之道,有助于构建更科学、更系统的持续创业的社会机制。

2. 创新农户电商创业行为可持续性的研究方法

学界在农户电商创业的研究方法的选择上,从宏观经济发展与社会转型着手,对农村电商创业的意义和模式进行规范分析和理论推演,理论的阐释较多,实证性的分析偏少,研究视角较为局限,角度相对单一。由于缺乏鲜活的实证材料,直面农户电商创业的现实问题不够精准,这不太利于准确把握农户电商创业方式的分化现状及特征、不同电商创业方式的可持续性评价以及农户电商可持续创业行为引导机制完善。因此,必须创新研究方法,秉持更为务实的精神,突出问题导向,从深入田野、展开调查而积累第一手材料,以解释农户电商创业过程中产生的现象和问题。根据创业实

践的不断变化提出有针对性和可操作性的对策,以回应新时期农户电商创业的具体需求。通过深入调研发现农户电商创业发展瓶颈,诊断不同电商创业方式的选择基础、实施过程,以及由此带来的持续性差异,找寻缓解农户电商转型断裂问题的侧重点和着力点。从正反案例研究中归纳出能够有效助推农户电商可持续创业的核心要素,以建构针对性更强的农户与互联网市场链接机制,使农户电商创业行为研究更接地气。

3. 深化农户电商创业行为可持续性的机制研究

电商创业行为是农户作为创业主体融入多元主体参与机制的重要体现,需要政策传导、资源链接、多元参与机制的建立和完善,这是电商创业可持续发展的重要基础。当前国家和地方政策应着眼于长远目标,完善推动乡村振兴和农户创业体制机制和政策体系,不拘泥于“小打小闹式”,不为短期政绩,而是久久为功。但是,客观地说,受到区域电商政策、市场驱动与个体资源的影响,欠发达地区农户电商创业行为发展面临着政策传导、资源链接、多元参与和价值引导等困境。居于问题导向,迫切需要调结构、建机制、强弱项,明确农户电商发展的制约短板,逐步建立制度化、常规化的长效机制。对标农户电商创业行为可持续性发展,电商政策的重点领域与场域应聚焦于发展能力弱的欠发达地区,聚焦欠发达地区农户电商创业发展的痛点难点,加强农户电商可持续创业行为的政策传导、资源链接、多元参与和价值引导等持续支撑机制的研究,强化农户电商创业行为研究深度,使农户电商可持续创业行为的响应对策真正惠及欠发达区域。

(二) 农户电商可持续创业行为的机制化实现进路

本文认为,面对农户电商创业发展道路上的困境,深化改革、促进机制的完善是唯一出路。有效的机制需要政府、市场与社会相互合作、协调,既注重政策顶层设计,又能推动政策落地见效。通过政策传导、资源链接、多元参与和价值引导机制创新,充分整合政府、市场与社会的相关功能、资源和机制,这种多边合作机制化的模式为公平合理的创业秩序构建发挥重要作用。

1. 良性的政策传导机制

政策传导机制是指通过调整政策工具,借助一系列中间指标,进而保障体系内部各要素、各环节之间相互联系、相互作用,最终实现既定政策目标的传递、导向与变现。电商扶贫政策启动后,运用电商创业的农户越来越多,这表明电商政策传导实施的效应是积极的。“三农”工作的重心由脱贫攻坚到全面乡村振兴的转换,也需要推进电商创业政策传导机制的完善。一方面,做好政策的衔接和调整。综合考虑到电商创业面临的困境,政策的制定必须基于解决实际问题,把扶持电商创业政策纳入到乡村振兴的目标,更新电商创业政策,做到政策具有前瞻性、可持续性。在实践中从国家到地方都应制定出符合乡村振兴的农户电商创业发展政策,避免政府仅从本部门的工作出发设计政策,要系统协调各部门、各类政策之间的关系,使它们整合起来,形成多项政策、多层面政策组成的政策群。由此协同发挥电商政策的有效作用,提升农户电商创业传导实施的效应。另一方面,要实行梯次推进,注重多方面协同发展。好的政策需要良性的传导机制,能精准传递到位,发挥创业政策的导向作用,才能真正落地生效。尽管在扶贫期间电商政策力度不断加大,然而,由于我国欠发达地区电商发展总体处于落后的状况,农户电商创业还有进一步发展空间,需要政府及有关部门进一步建立良性的政策传导机制,加大对农户持续创业的政策吸引。

2. 有效的资源链接机制

资源链接机制是组织资源整合的结果,是指组织的各个主体及主体间要素,借助任务驱动、要素落实,链接政府、市场和社会资源,为创业活动提供持续资源支持和服务供给。资源链接的目的在于,通过各种科学方法或手段,收集整理出有利于电商发展的资源。不同区域、不同个体所拥有的资源是不均衡的,不同创业者所需创业资源也不同,大多数农户自身并不拥有足够数量或质量的资源,需要多渠道获取来自政府、社会 and 农户个体资源。一方面,在组织机制层面,抓好要素保障

衔接。对于创业者来说,政府和市场提供的资源是影响创业持续发展的主要因素。政府掌握大量资源,市场激活资源再有效传输给创业者,而农村创业资源分布广泛、供给主体复杂,各部门缺乏协同、资源调配困难。这就需要建立资源共享链接平台,以政府主动服务为手段构建资源支持网络,整合、盘活电商创业市场与社会资源,保证各种资源的无缝对接,避免资源无法有效地与创业农户实现对接。尤其针对电商创业主体各自为阵状况,需突破各电商创业主体边界,实现主体之间的跨界链接。另一方面,在供给机制层面,更加注重实际效果。为适应宏观电商市场形势的发展变化,必须充分认识到多层次的电商创业资源链接的行动逻辑,分析影响农户电商创业资源获取的关键因素,充分了解农户电商创业发展资源需求的基础上厘清现有资源,建立农户电商资源利用机制,从质量上保障创业资源供给的有效性。

3. 联动的多元参与机制

多元参与机制是指在互联网技术介入的基础上,制定平等准入、资源共享、层级互联的多元主体参与整合机制。农户作为电商创业主体是构建多元主体参与机制的主角,也是电商创业可持续发展的推动力量。一方面,在参与主体方面,培育多元主体融合发展。在现阶段,尽管农户电商创业取得了较快发展,各类电商创业群体活力不断激发。但在村农户电商创业的主体性不足、组织化程度低,很难促进电商发展。从现实来看,欠发达地区农户信息素养相对较弱,存在互联网主体间的认知距离,仍缺乏对互联网核心要素的深度嵌入,必须突出农村电商主体创业能力提升行动,注重发挥返乡青年、乡贤等在电商创业发展中的头雁作用。另一方面,在参与范围和方式方面,也需要完善利益联结实现机制。整体上,农户电商创业参与的方式具有多样性的特征,形成了政府驱动型和市场主体型等多元参与主体的互动与合作。以资本下乡撬动的电商龙头企业、电商大户要本着让利于民、带动村民增收共富、共创共享为价值追求,让农户从旁观者到参与者再到共创者的行为转型。

4. 健康的价值引导机制

价值引导机制是指通过社会环境营造及内化伦理认知引导,促进创业价值观嵌入于当地社会结构,激发人们创造价值行为的社会机制。从行为与价值的关系可知,农户电商创业行为的发生需要社会环境营造引导,激发电商农户个体在自身持续创业的过程中承担起为乡村振兴、为带动村民共同富裕的社会责任。健康的价值引导机制应该是利益共生、价值共创、成果共享的“社会-个体”双向价值引导,在个体与社会互构中形成价值引导交互机制,共同推进电商创业良性、生态。一方面,在乡村社会层面,正向引导形成主流化的创业价值导向机制,形成良好的电商创业环境。从现实来看,在农村电商创业发展的过程中,一些消极的价值导向也诱发了侵害创业者权益的行为,这隐含着现实中存在的低度嵌入互联网的电商发展困境,也折射出电商市场转型中社会媒介素养需要普遍提升的迫切需求。只有尊重爱护电商创业者,保护他们的合法权益,为电商创业者安心创业创造有利条件,才可能增强电商创业者的获得感和幸福感。另一方面,在乡村个体层面,形塑创业伦理与价值认知。事实上,电商创业面临很大的不确定性,尤其是欠发达地区农户的合作意识、合约意识、履约意识相对较弱,需要进一步探索合作机制、契约机制构建的路径,塑造农户良好的创业伦理素质结构。作为电商创业个体,需要不断弘扬新时代的企业家精神,致力于创造社会价值。尤其在共同富裕目标下,电商创业主体不仅要关注经济价值,同样要重视农村的社会、文化价值需求。只有提升农户个体的价值认知,促使个体创业的选择和乡村振兴的国家重大战略紧密联系起来,才可能最终实现电商创业个体价值与社会价值的统一。

参考文献:

- [1] 习近平. 论“三农”工作[M]. 北京:中央文献出版社, 2022: 241-242.
- [2] 李培林. 农民的终结是选择还是命运[J]. 社会发展研究, 2020(3): 2-4.
- [3] 刘金海. 农民行为研究:“关系-行为”范式的探讨及发展[J]. 中国农村观察, 2018(5): 126-142.
- [4] 张诚, 张广胜, 王艳玲. 政府减贫的农村电商与农村物流协同演化及政策优化[J]. 北京交通大学学报(社会科学版), 2020(1): 98-105.
- [5] 武汉大学国家发展战略智库课题组. 电商创业带动就业与乡村振兴的机理及效应——基于湖北省枝江市电商创业与发展模式的调研[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2022(6): 100-109.
- [6] 梅燕, 蒋雨清. 乡村振兴背景下农村电商产业集聚与区域经济协同发展机制——基于产业集群生命周期理论的多案例研究[J]. 中国农村经济, 2020(6): 56-74.
- [7] 邱泽奇. 三秩归一: 电商发展形塑的乡村秩序——菏泽市农村电商的案例分析[J]. 国家行政学院学报, 2018(1): 47-55.
- [8] QI J, ZHENG X, GUO H. The formation of Taobao villages in China[J]. China Economic Review, 2019, 53(2): 106-127.
- [9] 刘亚军, 储新民. 中国“淘宝村”的产业演化研究[J]. 中国软科学, 2017(2): 29-36.
- [10] 张舰, SCOTT R. 人们为什么会创业? ——基于风险、企业家能力与金融约束的影响因素研究[J]. 中央财经大学学报, 2017(8): 65-76.
- [11] 芮正云, 方聪龙. 互联网嵌入与农村创业者节俭式创新: 二元机会开发的协同与平衡[J]. 中国农村经济, 2018(7): 96-112.
- [12] 聂召英, 王伊欢. 乡村振兴战略下农村电商公共服务体系适应性问题研究——以S省H市C县D镇农村电商的实践为例[J]. 世界农业, 2021(4): 44-52.
- [13] 万倩雯, 卫田, 刘杰. 弥合社会资本鸿沟: 构建企业社会创业家与金字塔底层个体间的合作关系——基于LZ农村电商项目的单案例研究[J]. 管理世界, 2019, 35(5): 179-196.
- [14] 周浪. 另一种“资本下乡”——电商资本嵌入乡村社会的过程与机制[J]. 中国农村经济, 2020(12): 35-55.
- [15] 周应恒, 刘常瑜. “淘宝村”农户电商创业集聚现象的成因探究——基于沙集镇和颜集镇的调研[J]. 南方经济, 2018(1): 62-84.
- [16] 刘滨, 叶咏梅, 康小兰, 等. 农民电商创业行为选择及其影响因素分析[J]. 农林经济管理学报, 2019(1): 36-42.
- [17] 邱泽奇, 黄诗曼. 熟人社会、外部市场和乡村电商创业的模仿与创新[J]. 社会学研究, 2021(4): 133-158.
- [18] YU X, LI Y, CHEN D, et al. Entrepreneurial bricolage and online store performance in emerging economies[J]. Electronic Markets, 2019, 29(2): 167-185.
- [19] GEROSKI P A. What do we know about entry[J]. International Journal of Industrial Organization, 1995, 13(4): 421-440.
- [20] FREUND C L, WEINHOLD D. The effect of the internet on international trade[J]. Journal of International Economics, 2004, 62(1): 171-189.
- [21] 聂凤英, 熊雪. “涉农电商”减贫机制分析[J]. 南京农业大学学报(社会科学版), 2018(4): 63-71.
- [22] 汪向东. 电商扶贫的长效机制与贫困主体的获得感——兼论电商扶贫的“PPPS模型”[J]. 农业网络信息, 2017(9): 8-15.
- [23] CUI M, PAN S L, NEWELL S, et al. Strategy, resource orchestration and e-commerce enabled social innovation in rural China[J]. The Journal of Strategic Information Systems, 2017, 26(1): 1-19.
- [24] FRASER J, FRASER N, MCDONALD F. The strategic challenge of electronic commerce[J]. Supply Chain Management: An International Journal, 2000, 5(1): 7-14.

- [25] MONTEALEGRE F, THOMPSON S, EALES J S. An empirical analysis of the determinants of success of food and agribusiness e-commerce firms[J]. *International Food and Agribusiness Management Review*, 2007, 10(1): 61-81.
- [26] BAORAKIS G, KOURGIANTAKIS M, MIGDALAS A. The impact of e-commerce on agro-food marketing: the case of agricultural cooperatives, firms and consumers in Crete[J]. *British Food Journal*, 2002, 104(8): 580-590.
- [27] SEAMUS G. How well are Europe's rural businesses connected to the digital economy[J]. *European Planning Studies*, 2005, 13(7): 1063-1081.
- [28] LEONG C, PAN S L, NEWELL S L, et al. The emergence of self-organizing e-commerce ecosystems in remote villages of china: a tale of digital empowerment for rural development[J]. *MIS Quarterly*, 2016, 40(2): 475-484.
- [29] 朱富强. 深刻理解互联网经济: 特征、瓶颈和困境[J]. *福建论坛(人文社会科学版)*, 2016(5): 22-30.
- [30] 鲁钊阳, 廖杉杉. 农产品电商发展的区域创业效应研究[J]. *中国软科学*, 2016(5): 67-78.
- [31] 邱泽奇, 张树沁, 刘世定. 从数字鸿沟到红利差异——互联网资本的视角[J]. *中国社会科学*, 2016(10): 93-115.
- [32] 郝大海, 王磊. 地区差异还是社会结构性差异——我国居民数字鸿沟现象的多层次模型分析[J]. *学术论坛*, 2014(12): 88-95.
- [33] 王迪, 王汉生. 移动互联网的崛起与社会变迁[J]. *中国社会科学*, 2016(7): 105-112.
- [34] 张世虎, 顾海英. 互联网信息技术的应用如何缓解乡村居民风险厌恶态度? ——基于中国家庭追踪调查(CFPS)微观数据的分析[J]. *中国农村经济*, 2020(10): 33-51.
- [35] 邵占鹏. 农民网商对电商平台的依附关系及其形成机制[J]. *上海对外经贸大学学报*, 2020(3): 47-55.
- [36] 曾亿武, 陈永富, 郭红东. 先前经验、社会资本与农户电商采纳行为[J]. *农业技术经济*, 2019(3): 38-48.
- [37] BRITZ J J, BLIGNAUT J N. Information poverty and social justice[J]. *South African Journal of Library and Information Science*, 2001, 67(2): 63-92.
- [38] BONFADELLI H. The internet and knowledge gaps: a theoretical and empirical investigation[J]. *European Journal of Communication*, 2002, 17(1): 65-84.
- [39] 魏后凯, 郜亮亮, 崔凯, 等. “十四五”时期促进乡村振兴的思路与政策[J]. *农村经济*, 2020(8): 1-11.
- [40] 崔丽丽, 王骊静, 王井泉. 社会创新因素促进“淘宝村”电子商务发展的实证分析——以浙江丽水为例[J]. *中国农村经济*, 2014(12): 50-60.
- [41] 聂召英, 王伊欢. 链接与断裂: 小农户与互联网市场衔接机制研究——以农村电商的生产经营实践为例[J]. *农业经济问题*, 2021(1): 132-143.
- [42] 柳思维, 唐红涛. 农村电子商务理论与实践[M]. 经济科学出版社, 2017: 225.
- [43] 路征, 张益辉, 王琄, 等. 我国“农民网商”的微观特征及问题分析——基于对福建省某“淘宝镇”的调查[J]. *情报杂志*, 2015(12): 139-145.
- [44] 刘杰, 郑风田. 社会网络、个人职业选择与地区创业集聚: 基于东风村的案例研究[J]. *管理世界*, 2011(6): 132-151.
- [45] 张鸣峰, 林初有, 谢科成. 县级城市集约式农产品电子商务模式探讨——以句容为例[J]. *电子商务*, 2015(10): 19-20.
- [46] 吕丹. 基于农村电商发展视角的农村剩余劳动力安置路径探析[J]. *农业经济问题*, 2015, 36(3): 62-68.
- [47] 崔凯, 冯猷. 演化视角下农村电商“上下并行”的逻辑与趋势[J]. *中国农村经济*, 2018(3):

29-44.

- [48] 邱泽奇, 乔天宇. 电商技术变革与农户共同发展[J]. 中国社会科学, 2021(10): 145-166.
- [49] SARASVATHY S D, DEW N. New market creation through transformation[J]. *Journal of Evolutionary Economics*, 2005, 15(5): 533-565.
- [50] STEIER L. Next-generation entrepreneurs and succession: an exploratory study of modes and means of managing social capital[J]. *Family Business Review*, 2001, 14(3): 259-276.
- [51] 邵占鹏. 规则与资本的逻辑. 淘宝村中农民网店的型塑机制[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2017(4): 74-82.
- [52] 赵大伟, 景爱萍, 陈建梅. 中国农产品流通渠道变革动力机制与政策导向[J]. 农业经济问题, 2019(1): 104-113.
- [53] 王晓毅, 罗静. 共同富裕、乡村振兴与小农户现代化[J]. 北京工业大学学报(社会科学版), 2022(3): 64-74.

The Research on Rural E-commerce Entrepreneurship: Literature Review and Prospects

HUANG Jianxin

(College of Public Administration and Law, Fujian Agriculture and Forestry University,
Fuzhou 350002, China)

Abstract: This paper explored the mechanism of rural households' e-commerce entrepreneurship from the aspects of system situation, market driving and individual choice, and the effect of e-commerce entrepreneurship on poverty reduction and the heterogeneity of entrepreneurship behavior of different e-commerce farmers. It found that the spatial resource heterogeneity and the knowledge heterogeneity lead to the difference of the entrepreneurial effect of farmers. The study also evaluated and analyzed the development of rural households' e-commerce with low Internet penetration from the aspects of system mechanism, organizational form, risk perception and other dimensions. Moreover, it analyzed the influential factors of e-commerce entrepreneurship development from individual, market and social factors. The research on rural e-commerce entrepreneurship needs to be deepened from the perspective of sustainability. The way and direction to deepen the research is to broaden its perspective, innovate its methods and deepen mechanism research. The key to the sustainable development of rural e-commerce entrepreneurship lies in the establishment of good policy transmission mechanism, effective resource link mechanism, multi-participation linkage mechanism, and healthy value guiding mechanism.

Key words: e-commerce farmers; entrepreneurial behavior; heterogeneity; sustainable development; social mechanisms

(责任编辑: 刘 凡)